

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manajemen sumber daya manusia di rumah sakit perlu memiliki manajemen paling kompleks karena di dalamnya harus dikelola hubungan interpersonal yang terkait layanan yang diberikan di satu pihak dan teknologi yang selalu berkembang di pihak lain. Hubungan interpersonal perlu dibangun guna keberhasilan manajemen atau tujuan rumah sakit dalam memberikan pelayanan kesehatan. Tentu saja hal ini diperlukan kemampuan berkomunikasi yang baik dari manajemen rumah sakit. Secara interen keberhasilan membangun hubungan interpersonal (berkomunikasi yang baik) dapat menjadi salah satu tahap atau cara penyelesaian konflik yang mungkin timbul akibat kompleksitas manajemen rumah sakit, secara eksteren kemampuan membangun hubungan interpersonal mampu membangun citra sebagai rumah sakit yang mempunyai kualitas pelayanan kesehatan yang handal dan bermutu diperlukan reputasi.

Reputasi perusahaan dapat diperoleh melalui citra. Untuk menjaga reputasi perusahaan, khususnya di rumah sakit perlu dilakukan usaha-usaha tertentu sehingga citra rumah sakit di masyarakat positif. Di dalam kenyataannya masalah komunikasi senantiasa muncul dalam proses organisasi, sehingga pentingnya komunikasi dalam pencapaian tujuan organisasi sangat dirasakan termasuk rumah sakit sebagai suatu organisasi.

Komunikasi efektif sangat menentukan kelangsungan hidup dan kesehatan setiap organisasi. Siklus hidup organisasi ini kemudian digunakan juga untuk mengidentifikasi tahap perkembangan organisasi, dan ruang lingkupnya hampir sepenuhnya ditentukan oleh teknik-teknik komunikasi. Dalam manajemen organisasi, komunikasi diletakkan dalam bagian yang diberi nama *public relations* atau Hubungan Masyarakat (Humas) (Iriantara, 2007: 17).

Humas merupakan bagian integral dari suatu organisasi. Humas memegang peranan penting dari keberadaan organisasi rumah sakit dalam masalah hubungan. Hubungan dengan masyarakat luas, seperti melalui publisitas, khususnya fungsi-fungsi korporasi, organisasi, dan sebagainya yang berhubungan dengan usaha untuk menciptakan opini publik dan citra yang menyenangkan untuk dirinya sendiri (Moore, 2004: 4).

Tugas humas atau *public relations* bukan cuma menjadi tanggung jawab satu orang atau satu departemen saja, melainkan seluruh karyawan rumah sakit. *Public relations* di rumah sakit perlu sikap dan perilaku yang dibutuhkan dalam melayani pelanggan, yaitu sikap positif dan wajah tenang, senang bekerja bersama dan untuk orang lain, menempatkan pelanggan sebagai pusat perhatian, berenergi tinggi dan bergerak cepat, memandang pekerjaan sebagai suatu kerja mulia, flaksibel, menyenangkan tuntutan dan pengalaman baru. Akan tetapi pada kenyataannya, sikap dan perilaku tersebut tidak diterapkan di rumah sakit sehingga banyak keluhan pelanggan rumah sakit. Keluhan pelanggan rumah sakit terdiri dari dua hal, yaitu: pertama, keluhan terhadap sikap pelayanan atau manusianya. Biasanya berkaitan

dengan sikap lamban, kurang komunikatif, kurang ramah, dingin, apatis, tidak berminat, menyendiri, dan kurangnya kepekaan. Keluhan pelanggan rumah sakit yang kedua adalah keluhan terhadap fasilitas atau benda. Oleh sebab itu, *public relations* di rumah sakit memegang peranan penting sehubungan dengan pelayanan jasa yang diberikan kepada masyarakat (Josephinne, 2011: 2).

Public relations sebagai metode komunikasi yang bertujuan menciptakan saling pengertian dan kerja sama di antara semua publik yang berkepentingan guna memperoleh keuntungan dan kepuasan bersama. Sebagai salah satu metode komunikasi, *public relations* mempunyai ciri khas yaitu menciptakan dan memelihara hubungan baik dengan publik, baik publik internal maupun eksternal (Maksum, 2009: 5).

Minimal ada tiga unsur utama dalam strategi *public relations* yang komprehensif, yaitu pesan atau substansi komunikasi (*content*), khalayak sasaran (*target audiences* atau *stakeholders*) yang jelas dan spesifik, serta akurasi pilihan media (*channel*) yang tepat, baik melalui kontak personal, media massa, maupun media interaktif digital. Melalui tiga unsur tersebut diharapkan *public relations* dalam bekerja sesuai dengan harapan konsumen (Gregory, dalam Alifah, 2010: 12).

Harapan pasien terhadap humas rumah sakit perlu memperoleh pelayanan kesehatan yang berkualitas dan terjangkau merupakan hak dasar warga negara. Dalam kenyataan, pasien cenderung pasrah dan mempercayakan diri dan kesembuhannya pada dokter. Saat ini kesenjangan

pengetahuan antara masyarakat dan rumah sakit masih sangat lebar. Ketidaktahuan masyarakat akan standar pelayanan, standar prosedur operasional, standar profesi, etika profesi membuat posisi masyarakat menjadi lemah. Dalam hal ini humas berperan mengkomunikasikan kebijakan manajemen rumah sakit pada pasien, sebaliknya juga keinginan atau pendapat pasien pada manajemen rumah sakit. Salah satu peran humas rumah sakit yang terpenting di mata pasien adalah dalam upaya menyelesaikan keluhan pasien. Dalam menindaklanjuti ketidakpuasan dan keluhan pasien, sebaiknya tidak dengan cara defensif, melainkan menunjukkan upaya memperbaiki pelayanan. Kepuasan pasien terhadap respons yang diberikan rumah sakit akan sangat menentukan persepsi pasien terhadap rumah sakit serta citra rumah sakit di mata masyarakat.

Penelitian tentang peran *public relations* dalam mempertahankan citra lembaga pernah dilakukan oleh peneliti lain di RSUD dr. Moewardi, Surakarta. Dari penelitian tersebut diperoleh kesimpulan bahwa RSUD dr. Moewardi dalam mempertahankan citra dengan cara menjaga kerja sama dengan lembaga atau perusahaan selama bertahun-tahun, dalam mengatasi masalah melalui *leaflet* dan *press release* supaya citra tetap baik, dan melakukan *survey* untuk mengetahui kepuasan pelanggan dilaksanakan selama 3 bulan sekali dibukukan secara rutin (Kadarwati, 2011: 93-94).

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu tentang fokus penelitian. Penelitian terdahulu difokuskan dalam mempertahankan citra

(Kadarwati, 2011: 93-94), sedangkan penelitian sekarang difokuskan pada mempertahankan reputasi . Ada perbedaan antara citra dengan reputasi.

Reputasi di organisasi dihargai karena perjuangan keras manager untuk membangun, mempertahankan, dan membela reputasi dengan menjalankan praktik-praktik yang (1) membentuk suatu identitas unik dan (2) memproyeksikan citra yang koheren dan kepada publik (Argenti, 2009: 95). Sedangkan pengertian citra merupakan suatu gambaran tentang mental, ide yang dihasilkan oleh imajinasi atau kepribadian yang ditunjukkan kepada publik oleh seseorang, organisasi, dan sebagainya (Sandra, 2006: 51).

Bagi seorang *public relations*, pelayanan terhadap pelanggan harus benar-benar diutamakan, karena petugas inilah yang berhadapan langsung dengan para pelanggan. *Public relations* rumah sakit harus mampu membuat hubungan harmonis antara rumah sakit dengan pasien serta mencegah timbulnya rintangan psikologis yang mungkin terjadi di antara keduanya. Petugas humas harus mampu mengubah hal-hal yang berpotensi menjadi rintangan psikologis menjadi pengetahuan dan pengertian, penerimaan dan ketertarikan. Ia juga harus mampu menjalin komunikasi kepada semua pegawai di instansinya agar tercapai iklim organisasi yang mendukung peningkatan kompetensi organisasi.

Kepuasan pelayanan adalah sebuah tolak ukur bagi rumah sakit dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan. *Public relations* memiliki kewajiban serta tanggung jawab dalam memberikan pelayanan berkualitas untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Hal inilah yang melatar

belakangi penulis untuk mengetahui “Peran *Public Relation* dalam Mempertahankan Reputasi Organisasi (Studi kasus terhadap pelayanan pasien rawat inap rumah sakit Moewardi Surakarta)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah, yaitu:

“Bagaimanakah penerapan peran *public relations* rumah sakit Moewardi, Surakarta dalam mempertahankan reputasi organisasi bagi pelayanan pasien rawat inap?”

C. Tujuan Penelitian

Sebagaimana diungkapkan dalam latar belakang dan rumusan masalah yang peneliti kemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan peran *public relations* rumah sakit Moewardi, Surakarta dalam mempertahankan reputasi organisasi bagi pelayanan pasien rawat inap.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Rumah sakit dalam rangka menunjang organisasi untuk mencapai tujuannya secara efektif dan efisien dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada masyarakat.

2. Bagi Humas rumah sakit dr. Moewardi dapat dijadikan sebagai bahan informasi tentang cara-cara yang dilakukan oleh *public relations* dalam mempertahankan reputasi organisasi sehingga dapat meningkatkan pelayanan pasien rawat inap.